

ABSTRAK

Rizki Sopyansyah (1400968) “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Label Halal dan Minat Beli kosmetik Zoya (Survei pada Hijabers *Community* Bandung)” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA dan Dr. Mokh. Adib Sultan,ST, MT.

Kemajuan industri kosmetik halal merupakan suatu hal yang sedang terjadi di Indonesia, membuat persaingan setiap semakin kompetitif. Perusahaan semakin aktif dalam menarik perhatian konsumen dan bertahan salah satunya adalah dengan memberikan label halal pada kemasan Zoya merupakan salah satu perusahaan yang populer di bidang fesyen, menciptakan inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan seorang muslimah yaitu dengan menghadirkan kosmetik Zoya yang memiliki label halal pada kemasannya. Namun, kurangnya kesadaran akan pentingnya kehalalan suatu produk menyebabkan minat beli terhadap kosmetik zoya pun masih rendah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran label halal dan minat beli. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yaitu Label halal, sedangkan variabel terikat (Y) yaitu minat beli. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Subyek penelitian ini adalah *member* Hijabers *Community* Bandung dengan sampel sejumlah 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknis analisis yang digunakan adalah uji normalitas, koefisien korelasi *pearson*, analisis regresi sederhana, dan analisis uji T dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal memiliki pengaruh positif minat beli. Diharapkan Zoya dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya kehalalan suatu produk dengan cara mencantumkan label halal pada setiap produk dan outlet yang dimiliki sehingga meningkatkan minat beli

KataKunci : *Label Halal, Minat Beli, Kosmetik*

ABSTRACT

Rizki Sopyansyah (1400968) “The Influence of Label Halal Towards Purchase Intention Cosmetics Zoya” under guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA MM and Dr.H. Mokh. Adib Sultan, M.T.

The progress of halal cosmetics industry is happening in Indonesia, it makes the competition more competitive. The company to become more active in attracted the attention of consumers and one of their ways to do it is by providing halal label on the packaging. Zoya is one of the popular companies in the field of fashion, create new innovations to fulfill what muslimah needs by presenting cosmetics Zoya who have halal label on the packaging. Hence, the lack of awareness of how important halaleness is has affected to purchase intention towards cosmetic Zoya getting low. This research aims to know the image of the label of the lawful and buying interest. The independent variable of this research is (X) label halal and dependent variable (Y) purchase intention.. The research method used is descriptive and verificative .The subject of this research is member Hijabers Community Bandung with Sample of this research are 100 respondents using purposive sampling method. Technical Analysis used is normalitas tests, the pearson correlation, simple regression analysis and analysis of T test using the software SPSS. The research results show that halal label variables have positive on consumers' buying interest in Zoya product. This research is expected that the Zoya can increase awareness of the importance of halal labelling a product This research is expected that the Zoya can increase awareness of the importance of halal labelling a product lists the halal label on each product and each outlet that belongs to increase their purchase intention.

Keywords: Label Halal , Purchase Intention,Cosmetics.